

Domande a risposta libera per l'esame di valutazione dei candidati al ruolo di Digital Marketing Manager del Comune di Caorle per la gestione dell'ecosistema digitale del progetto Caorle.EU.

1. La search engine results page (SERP), cos'è e quali sono gli elementi distintivi presenti nei risultati?
2. Descrivi quali sono per te i principali fattori di posizionamento sui motori di ricerca?
3. Perché per una stessa chiave di ricerca persone diverse vedono risultati diversi?
4. Cosa sono i Codici di Stato HTTP?
5. Cosa sono e perché usare le redirezioni 301 e 302?
6. Come ottimizzare al meglio i tag Title, Description di una pagina web?
7. Cos'è una Sitemap XML?
8. Come ottimizzare le immagini ai fini SEO?

9. Nofollow cos'è e come gestirlo ?

10. Quali di queste 2 soluzioni preferisci per l'url di una pagina web e perché?

10.1 <http://new.caorle.eu/index.php?area=93&menu=19&page=160&lingua=4>

10.2 <http://new.caorle.eu/escursioni-in-motonave-caorle.html>

11. Che utilità può avere Google Adwords per la promozione di una destinazione turistica e perché?

12. Quali sono i principali KPI di una campagna Adwords?

13. E' possibile integrare Google Adwords con Google Analytics? In caso affermativo descrivi i vantaggi di questa operazione.

14. Quali sono i tipi di corrispondenza delle parole chiave in Google Adwords?

15. Cos'è il quality score di una parola chiave in Google Adwords e da cosa dipende?

16. Descrivi qual è il processo per il tracciamento delle conversioni in Google Adwords

17. Cosa intendiamo per USER (BUYER) PERSONAS?

18. Quali sono le logiche di funzionamento del Remarketing?
19. Definisci quali sono per te i principali obiettivi per una Fanpage aziendale Facebook di una destinazione turistica
20. Quali sono e come gestire i principali processi per la creazione di un piano editoriale Facebook ?
21. Cos'è il Facebook Pixel e che importanza ha?
22. Indica quali sono i passaggi (fasi) per la creazione di una campagna ADS su Facebook
23. Descrivi i vantaggi e le opportunità dell'utilizzo di Instagram per la comunicazione e la promozione di una destinazione turistica
24. E' possibile creare un profilo aziendale su Instagram? In caso affermativo come procedere?
25. L'importanza dell'utilizzo degli hashtag su Instagram, qual è per te il limite tra uso ed abuso?
26. Indica alcune delle principali dashboard / servizi (piattaforme di gestione di più account social media) che ritieni più valide per la gestione e la calendarizzazione di più social media da un'unica piattaforma
27. Qual è per te la definizione di Content Marketing ?
28. Definisci l'importanza della creazione di una content strategy e l'eventuale necessità di un piano editoriale che contempli la distribuzione dei contenuti su tutti i canali dell'ecosistema digitale di un progetto di promozione turistica di una destinazione
29. Definisci la Brand Reputation di un Territorio e quali sono i fattori che la determinano

30. Cos'è il codice di monitoraggio di Google Analytics e com si installa sul sito?
31. Cos'è Google Seach Console e quali sono i vantaggi di collegarlo a Google Analytics?
32. Cos'è il monitoraggio delle conversioni in Google Analytics?
33. Qual è la differenza tra utenti, utenti unici e sessioni?
34. Cos'è il bounce rate o tasso di rimbalzo?
35. Cosa sono gli UTM o parametri di tracciamento?

Data e Luogo: Caorle, 26 Marzo 2018

Nome & Cognome del Candidato

Firma

Orario di Consegna del Compito: